

«АКАДО-С» — ЭТО ФЛАГ НАШЕЙ КОМПАНИИ

За окном эпоха брендов. Кровельные компании не могли остаться в стороне от этого процесса. Сегодня мы беседуем на эту тему с генеральным директором компании «Акадо-С» Дмитрием Борисовичем Зеленцовым.

— Дмитрий Борисович, что такое бренд для Вашей компании?

— По нашему глубокому убеждению, бренд — это флаг компании. Нет флага — нет компании. Задача брендинга состоит далеко не только в том, чтобы передать окружающему миру, что продукт обладает высоким качеством и привлекательностью, но и в том, чтобы создать некий имидж, идею продукта. Если говорить о нашем бренде, то он несет определенную смысловую нагрузку. Мы назвали свою компанию именем древнего архитектора Акадо, который жил приблизительно 4,5 тыс. лет назад. Он смог уже тогда создать определенную системную технологию строительства домов, чем, собственно, и прославился. Прибавили букву «С» — «современность» и получилось «Акадо-С».

— С чего начинала Ваша компания?

— Мы начали работать в 1997 г. с продажи кровельных материалов и их монтажа. Спустя год мы столкнулись с тем, что наш заказчик захотел покрыть крышу, выполненную фальцевым методом. Мы изучили эту технологию и успешно выполнили заказ. Тогда практика показала, что фальцевые кровли — идеальное решение для России с ее климатическими условиями. Впрочем, это подтверждается практикой их использования на протяжении столетий. Сейчас мы предлагаем своим клиентам следующие услуги:

- изготовление фальцевой кровли и аксессуаров к ней (медь, цинк-титан, кровельная оцинкованная сталь с полимерным покрытием и без него, кровельный алюминий);
- изготовление кровли по уникальной технологии объемной чешуи «Витязь»;
- изготовление прямоугольных и круглых металлических водосточных систем;
- изготовление систем безопасности: снегозадержателей, кровельных ограждений, лестниц и мостиков;
- изготовление кровельных опций: флюгарок, парапетов, вентиляционных выходов и др.;
- инженерное сопровождение, проектирование.

— В чем заключаются преимущества фальцевой кровли?

— В нашем российском климате все четыре времени года достаточно ярко выражены: это и перепады температур от -40 до +40 °С, и осадки (дождь, снег, град). Механическое соединение металлических листов дает возможность создать действительно герметичное покрытие. Правильно смонтированная фальцевая кровля сводит срок службы кровельного покрытия к сроку службы кровельного металла: 20–50 лет, если речь идет об оцинкованном железе, и 150 лет и более для меди и цинк-титана. Технология монтажа кровли к обрешетке исключает необходимость делать в самом материале отверстия, что повышает надежность конструкции. Современное оборудование позволило усовершенствовать технологию изготовления фальцевой кровли, так что теперь появилась возможность отделки очень сложных элементов крыш.

— А как появился бренд «Витязь»?

— Прежде чем выйти на рынок с этой технологией, мы 4,5 года изучали и отработывали ее. Доводилось, и укладывать кровлю, а потом перебирать ее, поскольку что-то казалось не так. Мы стремились к совершенству. Сейчас — это готовый продукт, адаптированный к условиям современного строительного рынка. Главным архитектурным элементом является объемная чешуя, образ которой основан на законе перспективы. Анализ огромного объема информации и практический опыт помогли нам придать нашей чешуе отличительные от известных форм признаки. Затем мы защитили найденные отличительные признаки авторскими правами и патентами. Поиски подходящего названия для нашей технологии тоже были не простыми. Хотелось, чтобы это было звучное, емкое и сильное название с эмоциональной составляющей. Тогда мы обратились к истории: русские витязи — вот он символ надежной защиты. Обращаясь к историческим источникам, мы начинали осознавать связующую нить: защита русских витязей — чешуйчатые доспехи — напоминает

чешуйчатую кровлю — защиту дома. Кровля напоминает доспехи.

— Как Вы продвигаете свой бренд?

— Особой раскрутки мы не ведем. Мы считаем, что наша продукция штучная, недешевая, и если мы беремся за объект, то обязательно доводим его до победного конца. Так мы наработали репутацию надежной компании, и это наша самая сильная аргументация в продвижении бренда. Хотя сейчас мы выстраиваем финансовые и организационные схемы работы с партнерами.

— Участвуете ли Вы в «войнах брендов»?

— Пока что нет. Но как только мы выйдем на определенный уровень, безусловно, появятся сложности. Мы предпринимаем превентивные меры: получаем патенты на технологию, авторские свидетельства. Противостоять «интеллектуальному воровству» сложно, но можно.

Повторюсь, рождение бренда — процесс, определяемый не только капиталом и квалификацией специалистов. Главную роль в нем играют факторы нематериальные, по мнению многих, даже эфемерные — система ценностей компании и система представлений о ней и о ее продукции, сложившихся в сознании потребителей на основе личного и опосредованного опыта. Наша задача — чтобы нас запомнили среди огромного числа кровельных компаний. Мы не стремимся к гигантизму, у нас есть несколько принципов. Мы небольшая компания, но то, что мы делаем, — за нами никогда не нужно переделывать. Это недешево. Это качественно. Это соответствует соотношению цена — качество.



«Акадо-С»

Тел.: (495) 780-63-46

www.akado-s.ru